

%D1%8F:%D0%9F%D0%B0%D1%82%D0%B5%D0%BD%D1%82%D1%8B_
%D0%B8_%D0%BF%D1%80%D0%BE%D0%B3%D1%80%D0%B0%D0%BC
%D0%BC%D0%BD%D0%BE%D0%B5_%D0%BE%D0%B1%D0%B5%D1%81
%D0%BF%D0%B5%D1%87%D0%B5%D0%BD%D0%B8%D0%B5

9. Режим доступа: <http://lenta.ru/news/2013/03/29/noattack/>
10. Режим доступа: <https://roem.ru/20-01-2015/178292/yndx-mail-patents/>
11. Режим доступа: <http://www.gnu.org/philosophy/software-patents.ru.html>
12. Режим доступа: http://www.roche-duffay.ru/articles/software_patents.htm

ПАТЕНТ НА ИЗОБРЕТЕНИЕ КАК СПОСОБ КОММЕРЦИАЛИЗАЦИИ В ПОСТИНДУСТРИАЛЬНОЙ ЭКОНОМИКЕ

Панасенко В.О., студент ФГАОУ ВПО УрФУ имени первого
Президента России Б.Н. Ельцина, г. Екатеринбург

В данной статье рассмотрено патентование как способ коммерциализации разработок и инноваций. Изучена необходимость защиты результатов интеллектуальной деятельности и возможность существования рынка высокотехнологичной продукции без институционального регулирования.

Ключевые слова: патент, изобретение, коммерциализация.

В современном мире, когда экономика ведущих стран переходит из индустриальной стадии в постиндустриальную, успехообразующим фактором выживания бизнеса в высокотехнологичной конкурентной борьбе за все более требовательного потребителя становится внедрение инновационных научно-технических разработок в технологии производства и продуктовые предложения. Поэтому одним из важных направлений стратегического планирования на предприятии является выбор способа изыскания технологических новинок.

Предприятие может повысить качество выпускаемой продукции, снизить издержки и увеличить приток капитала, разрабатывая их самостоятельно либо же заказывая под конкретные задачи и потребности или

покупая на внутреннем и внешнем рынках с последующим внедрением. Такая постоянная работа на износ придаст любой компании лишь короткую увлекательную жизнь, которая, в конечном счете, погаснет, по причине истощения внешних и внутренних ресурсов предприятия. Для того, чтобы компании могли существовать довольно долго, был придуман инструмент патентной защиты, который позволял защитить их интеллектуальную собственность от конкурентов, тем самым давая компаниям право быть монополистом в той сфере деятельности, в которой они ведут свои научные разработки.

Защита своей интеллектуальной собственности как способ сдерживания конкурентов, по мнению ряда деятелей (ученых, предпринимателей), приводит к замедлению научно-технического прогресса, поскольку зачастую компаниям приходится заниматься не разработкой продукта, а постоянными вложениями своего капитала в «патентные процессы», чтобы обойти чужой патент, для вывода собственного продукта на рынок. Это, в свою очередь, приводит к нездоровой конкуренции, где всегда есть компания патентообладатель – монополист. Но смысл здоровой конкуренции в сфере инноваций не в первенстве регистрации разработки, а в естественной защите от копирования действительно уникальных результатов, до которых остальные либо не смогут догадаться, либо не смогут повторить. Только в таких условиях люди начнут делать что-то действительно стоящее, понимая, что единственной гарантией долгого и продуктивного использования разработки является ее уникальность и неповторимость. Вот что пишет в дополнение по этому поводу один из экспертов в области интеллектуальной собственности С. Кинселла: «... Существуют аргументы в пользу того, что без патентной защиты инноваций было бы даже больше, чем при ее наличии, больше средств выделялось бы на исследования и разработки вместо их траты на патенты и их судебную защиту. Вполне возможно, что, не рассчитывая на патентную монополию длительностью 20 лет, компании имели бы больше стимулов к инновационной деятельности...» [1].

Однако появление здоровой конкуренции в сфере крайне науко- и ресурсоемкой все-таки представляется маловозможным, поскольку, как было сказано ранее, отсутствие патентной защиты приводило бы компании к смерти гораздо раньше, чем компании смогли бы реализовать весь свой потенциал и достичь уникальных результатов. И создателем «уникальных» разработок так или иначе становился бы самый крупный и богатый игрок рынка. Чудом появившиеся же в ходе такой «здоровой конкуренции»

прорывные научные разработки-самородки не успевали бы коммерциализироваться, прежде чем мастодонт рынка не копировал бы технологию, используя все свои капиталы. Таким образом, понятие инновации попросту перестало бы существовать, потому что объект научного исследования или изобретение не может считаться инновацией, если оно не было коммерциализовано.

Следовательно, постиндустриальная экономика, опирающаяся в своем развитии на инновационное совершенствование производственных процессов за счет интенсификации технологий и инструментов, немыслима без институционального регулирования рыночных процессов посредством выстраивания системы управления интеллектуальной собственностью, в которой именно получение патента на научное изобретение позволяет перевести его из статуса теоретически подтвержденной бумаги в реальный инновационный продукт, имеющий хозяина и, соответственно, пригодный для продажи в любой форме ввиду понятности финансово-юридических взаимоотношений.

Рассмотрим варианты коммерциализации изобретения на конкурентном рынке. Используя стратегию патентной коммерциализации изобретения, возможно применить три способа привлечения капитала в компанию: защитный, нормально-нейтральный и атакующий.

Защитив свою инновацию, компания становится монопольным правообладателем на выпуск и вывод полученного продукта на рынок. Это позволяет замедлить или вовсе вывести из строя конкурентов, которые занимались похожей разработкой продукта. Такие последствия дают компании возможность в течение некоторого времени взаимодействовать со всеми возможными потребителями: общаться, изучать и модифицировать продукт так, чтобы это было удобно им. В конечном счете потребители переходят из разряда разовых покупателей в постоянных. Получение такого постоянного (лояльного) потребителя приводит к постоянному притоку капитала, который может быть направлен на дальнейшие разработки. Задачей этого способа является пресечение деятельности компаний, копирующих трудоемкие наработки с уже готового продукта, и формирование пула лояльных потребителей с дальнейшим расширением и углублением исследований.

При нормально-нейтральном способе компания также имеет патент на инновацию и является монопольным правообладателем на ее выпуск и продажу. Отличительной особенностью данного способа от защитного является то, что компания может как сама заниматься производством

конечного продукта и дальнейшей его продажей, тем самым привлекая капитал в компанию, так и заниматься продажей лицензии на продукт другим компаниям, которые сами на себя берут издержки, связанные с производством, продвижением и продажей продукта на рынке. Такой способ дает компании-патентообладателю в разы увеличить приток капитала, за счет снижения внутренних издержек на производство больших партий продукта и издержек, связанных с его рекламой (продвижением).

У компании, выбравшей атакующий вариант, обязательно имеется патент на ее инновацию, благодаря которому возможно заняться производством инновационного продукта, а также снизить издержки на продвижение за счет продажи лицензии. Лицензии необходимо продавать не всем компаниям, а лишь тем, которые нам наиболее интересны, в плане продвижения нашего продукта или тем, которые, в конечном счете, могут выкупить патент по хорошей цене. Однако для успешного продвижения с возможностью выбора покупателя компании нужно предлагать действительно уникальную технологию, способную обеспечить прибыль покупателю, поэтому, таким образом обычно предлагается так называемый зонтичный комплекс патентов и разработок, поддерживающих и защищающих емкую инновацию.

Таким образом, существующие институциональные способы регулирования вопросов интеллектуальной собственности так или иначе приводят к развитию рынка свободной конкуренции в олигополистическую конкуренцию продвинутых технологических бизнес-компаний с грамотным менеджментом и эффективной политикой коммерциализации интеллектуальной собственности. Самым прибыльным можно считать атакующий способ привлечения капитала в компанию за счет управления интеллектуальной собственностью. Приток капитала, обеспеченный прямой продажей стартового продукта и/или лицензии, направляется на создание «зонтичного» патента, а продажа лицензий на разных стадиях разным компаниям позволяет, во-первых, устанавливать свою цену, а во-вторых, контролировать ситуацию на рынке как со стороны компаний-производителей, так и со стороны потребителей конечного продукта, четко отслеживая предложения на рынке.

В заключение следует отметить, что ни один из способов коммерциализации новых знаний, воплощенных в инновациях и защищенных посредством патента, не решает постоянно возникающей проблемы появления временной монополии на рынке компании-правообладателя, однако, и не замедляет научно-технический прогресс.

Наоборот, инновации защищенные патентом, подстегивают научно исследовательские отделы конкурирующих компаний, заниматься постоянным улучшением уже имеющегося изобретения, или созданием новых инноваций, чтобы оставаться конкурентоспособными и привлекать капитал в свои компании. И именно создание оптимальных условий для максимальной интенсификации производства посредством развития отраслевых технологий, обеспечения их доступности и открытости вне зависимости от размера компании вкупе с синергетическим эффектом междисциплинарных комплексных исследований, становится катализатором развития экономики.

Библиографический список

1. <http://coollib.net/b/212960/read>